

SKRIPSI
PENGARUH *BRAND SATISFACTION* DAN *LUXURY BRAND*
***ATTACHMENT* TERHADAP *CUSTOMER ADVOCACY* MELALUI**
BRAND LOYALTY* PADA *MARKETPLACE ZALORA



DISUSUN OLEH:

MICHELLE YOANNA FRANSCISCA BRIGITTA
141180160

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2022